

令和5年度事業報告

I ツーリズムの創造・発展

(1) ツーリズム企画推進事業

① 戦略的なツーリズム企画の推進 (担当：経営) (担当：観企)	○会員相互の連携により事業企画・推進を図るとともに、県や市町村等への事業企画等の提案を行った。 ■9月に来年度の事業提案を実施 ○当法人における中期経営計画(2022年～2024年)の実現を目指し、着実に事業を遂行した。
② 各種協議会 (担当：観企) (担当：誘致) (担当：MICE センター)	○ツーリズムおおいたが事務局として協議会の運営にあたり、総会等の開催及び各協議会における事業企画の提案、推進を図った。 ・大分県ふるさとガイド連絡協議会 ・大分県教育旅行誘致協議会 ・大分県MICE誘致推進協議会 ・大分県アウトドア事業推進協議会

(2) 地域連携事業

① 観光圏等地域連携観光組織との連携 (担当：観企)	○県内各地域の観光協会等が造成した旅行商品を当社のWEB販売システム「テッパン!おおいた」で販売するなど、双方にメリットが生じる連携を推進した。 ○地域連携型の観光組織等と連携して、広域観光の推進を図った。 ■随時相談等を受け連携を推進
② 県内DMO候補法人・地域観光協会との連携 (担当：経営) (担当：観企)	○県内のDMO組織、地域観光協会との連携を強化するとともに、相互が役割分担・連携して共同事業等に取り組むことで効果の最大化を図った。 ・地域観光協会との定例的な情報交換会などを開催し、お互いの取組を理解するとともに、広域的な地域間連携の取組がこれまで以上に進むよう支援した。 ○県域DMOとしての体制強化を図るとともに、各地域に必要なサポートやデータに基づいたマネジメントの推進など地域との協働推進に取り組んだ。 ■4～5月、11月～3月 市町村ヒアリング実施(年2回) ■観光マーケティング会議にて、データに基いた戦略策定に関するワーク実施(10月6日実施)

II 地域マネジメントの推進

大分県観光のプラットフォームとして県域版DMOの機能を効果的に発現するため、効果的な商品企画や販売、マーケティング機能の充実を図るとともに、市町村、域内DMO組織や観光協会、関係団体等との連携を強化し、県内観光の発展をサポートした。

(1) ツーリズム推進基盤強化事業

(54,630千円)

① 商品企画・販売機能の強化

(担当：経営)

(担当：観企)

(担当：誘致)

○WEB販売システム「テッパン!おおいた」を最大限に活用し、ニーズとマッチした着地型旅行商品の販売を行うとともに、旅行商品の販路拡大を目的に首都圏、関西圏、中京圏などの3大都市圏への営業活動を行った。また、海外マーケットにおいても、商談会や旅行博等で旅行会社や一般旅行者へ向けた告知を行った。

○県内外観光関係者等と連携して、県内及び隣県の主要観光地等を結ぶ周遊商品の企画・造成や地域の支援を行った。

■着地型商品数：62（うち新規27）販売件数：869

■広告：Google 7月26日～8月23日、9月27日～11月30日、12月1日～1月6日、1月26日～2月22日

Meta 8月2日～8月31日、10月5日～10月31日、12月13日～12月31日、1月20日～2月29日

○各種マーケティング情報を的確に捉え、データに基づいたより効果的な商品販売方法等を検討することで販売強化に繋げた。

■ユーザー像を設定し、デジタルマーケティングを活用した誘客事業を実施

○大分県立美術館を中核とした観光循環促進事業（文化庁補助事業）を実施した。

■大分県及びツーリズムおおいたが運営する旅行情報サイトやSNS、各種パンフレット等でのOPAMに関する情報発信の実施

■国内・海外商談会でのOPAM情報発信の実施

■大分駅・別府駅・由布院駅へのOPAM企画展割引券の設置

■旅行会社を対象としたファミトリップの実施

11月1日（水）～11月2日（木）2日間 7社参加

○昨年度実施したサステイナブルとおおいたの食をテーマに加え、新たな高付加価値商品の開発を行った。

■レクサスTOUCH JAPAN JOURNEY大分の旅（6組参加）

11月16日（木）～17日（金）、18日（土）～19日（日）

② マーケティング機能の強化

(担当：経営)

(担当：観企)

(担当：誘致)

「観光マーケティング会議」等を継続開催し、市町村や地域観光協会、旅館組合や商工関係団体等との連携を推進する。同時に、より必要とされる情報の提供や共同事業の実施に向けた合意形成に取り組んだ。

■観光マーケティング会議

第一回：10月6日（金）会場22名、Web30名 計52名参加

第二回：3月12日（火）会場16名、Web41名 計57名

○客観的な観光関連データの集約・分析、誘客に結びつく戦略立案に必要なマーケティングを行うため、各種オープンデータの解析、WEB調査や観光客の動態調査等を実施した。

■ビッグデータ収集・分析ツールによる解析等実施

○全市町村を対象に、イベントの来訪者の属性などの分析情報等を、解説と併せ提供し戦略等への活用を支援した。

○広域連携の必要性やマーケティング情報の有効な活用策等の意識醸成を図るとともに、各地域のPDCAサイクル構築のサポートを実施。

■人流データ試験提供とフィードバック：18市町村	
(2) おもてなし人材育成事業 (1,417千円)	
① 魅力ある地域・商品づくりの推進 (担当：観企)	○ナショナルパーク（国立公園満喫プロジェクト）や日本ジオパーク等の自然環境を活用した大分県らしい新たな商品づくり、個人旅行者や訪日外国人観光客の増加に対応できる観光素材の整備を促進し、魅力ある観光地域づくりに取り組んだ。 ■会議出席 2月8日（木）オンライン出席
② おもてなし体制の強化 (担当：観企)	○県観光政策課と連携し、県内観光案内所の連携・情報交換を目的とした研修会等に参加した。 ■観光案内所連絡会 2月28日（水）出席
③ ガイド等ツーリズム人材の育成 (担当：経営) (担当：観企)	○大分県ふるさとガイド連絡協議会の交流研修会を開催し、デスクティネーションキャンペーンに向けてガイドの資質向上を図るとともに、ガイド同士の情報やノウハウの交換を促進した。 ■総会、第1回理事会 書面議決 ■第2回理事会 11月21日（火）理事9名参加 ■第1回研修会 11月21日（火）会員26名、市町村6名参加 ■第2回研修会 3月5日（火）会員23名、市町村2名、APU学生3名 ○大分県アウトドア事業推進協議会事務局の運営 ■設立総会 11月8日（水）会員5名、事務局等7名参加 ■第1回企画運営委員会 1月18日（木）委員4名、事務局5名参加 ■第1回セミナー、第1回企画運営委員会 2月27日（火）25名参加（セミナー23名、ガイドミーティング19名）
(3) 情報収集・発信事業 (19,052千円)	
① HP・情報発信誌等発行 (担当：観企)	○「おんせん県おおいた観光情報公式サイト」（ツーリズムおおいたホームページ）における日本語サイトの更新充実を図り、旬な情報、季節を先取りしたタイムリーかつ効果的な情報発信を実施した。 ■春：おひなまつり、春の花スポット、ミヤマキリシマ情報 ■夏：滝・溪谷・川スポット、夏の花スポット ■秋：秋の花スポット、紅葉情報 ■冬：酒蔵特集 ほか ○観光情報誌「Gururitto〜ぐるり〜」を季刊発行し、県内及び九州内や中国地方などの高速道路サービスエリアや道の駅、公共交通機関のターミナルなどに配布した。各刊それぞれ数百件のアンケートが寄せられるため、必要な内容については、市町村などに情報提供するとともに、今後の誘客の取組に向けて改善を図った。 ■夏号6月、秋号9月、冬号11月、春号2月発行（年4回発行） ○旅行会社やメディアに対して、商品の造成や販売に向けた観光素材、施設情報をメルマガ方式で配信し、旅行商品造成や誘客促進を図った。またメール配信システムを利用し、開封率だけでなく、リンククリック数等フロー解析を実施した。 ■ニューズレター：5月、7月、9月、11月、1月、3月配信（年6回予定）

	<p>○九州観光機構素材説明会用の資料を作成した（上期・下期）</p> <p>■団体食事情報等更新、2024年下期素材集 2月発行</p>
<p>② デジタル技術等を活用した将来のリピーター確保対策</p> <p>（担当：観企）</p>	<p>○SNSを活用し、顧客ニーズに沿った情報発信の強化に取り組んだ。</p> <p>○「テッパン！おおいた」において、商品販路拡大や周遊観光につながるような商品情報をデジタルマーケティングの手法を用いて効果的に行い、リピーター確保を図った。</p> <p>○各種事業におけるランディングページを作成し、効果測定を行った。</p> <p>■設定したペルソナに合ったランディングページを作成、SNS（Instagram、facebook、Twitter）を活用して情報発信を行うほか、広告配信も行った。またその結果を踏まえて、広告配信の手法を変えるなどした。</p>

<p>Ⅲ 国内観光客の誘致促進</p>	
<p>大分県の進めるデジタルマーケティングを活用した誘客対策を推進するとともにオンライン・オフラインを活用した商談会や展示会への出展、また、MICEや教育旅行などの団体誘致に向けて 旅行会社や交通事業者等と連携し、ターゲット毎に効果的な誘客促進策を実施する。</p>	
<p>(1) デジタルマーケティングを活用した誘客対策 (19,912千円)</p>	
<p>（担当：観企） （担当：誘致）</p>	<p>○無関心・潜在層及び顕在・顧客層に向けたターゲティング広告 前年度のデジタルマーケティング事業で得たデータ分析結果を基にペルソナを再設定し、SNS等を活用したターゲティング広告を実施した。</p> <p>■ユーザー像を設定し、行動変更を促す情報を発信</p> <p>①関西在住20代女性 ②福岡在住60代女性（夫婦）</p>
<p>(2) 主要圏域別の誘客対策 (7,522千円)</p>	
<p>（担当：誘致）</p>	<p>○民間事業者や県外事務所等と連携した共同セールスやキャラバン、メディアを活用したパブリシティによる露出拡大を行うなど、効果的なプロモーションを実施した。</p> <p>○九州・中国四国対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マツダスタジアムでの広島カープの試合を活用した誘客プロモーションを実施した。 ■6月25日（日）大分県PR実施 ・九州最大の旅行博に出展し、誘客プロモーションを実施した。 ■2月24日（土）～25日（日）九州旅行博覧会～トラベラーズフェス2024～出展 来場者数：12,215人 <p>○関西対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪事務所と連携した関西の旅行会社を対象とした商談会の開催や大型商業施設を活用したイベント出展を実施した。 ■8月 単独セールス実施

	<p>■11月3日（金）～5日（日）旅サラダEXPO出展 @大阪 来場者 約44,700人</p> <p>■2月17日（土）～18日（日）京都イオンモール出展</p> <p>○関東対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年数万人が訪れる東京タワーで実施の地獄蒸し祭りに出展プロモーションを実施した。（11月24日（金）～26日（日）） ・全旅連青年部が主催するイベントに出展する大分県旅館ホテル生活衛生同業組合と連携し、誘客プロモーションを実施した <p>■宿フェス2024@東京（2月14日（水）～25日（木）） 来場者数 30,526人</p>
<p>(3) 商談会等による誘客促進 (8,254 千円)</p>	
<p>(担当：誘致)</p>	<p>○県内外の旅行会社を招聘し、大分県独自のツーリズム商談会を開催</p> <p>■9月28日（木）商談会 56社 114名参加 9月29日（金）エクスカーション 15コース 97名参加</p> <p>○ツーリズムEXPOジャパン2023出展</p> <p>■10月26日（木）～29日（日）@大阪 ブース来場者 約2,800人、会場総来場者：148,062名</p>
<p>(4) 団体誘客対策事業 (4,839 千円)</p>	
<p>① M I C E 誘致の推進</p> <p>(担当：誘致) (担当：MICE センター)</p>	<p>○大分県MICE誘致推進協議会及び九州・沖縄地区コンベンション推進団体連絡会の構成団体と連携し、MICEの誘致に取り組む。大学等の学会案件保持者に対する誘致活動や団体・企業等のMICE情報の収集に努める。</p> <p>■9月5日（火）合同プロモーション実施 @東京</p> <p>■2月15日（木）国際MICEエキスポIME2024出展</p> <p><MICE開催助成></p> <p>■5月20日～21日 池坊華道会 2,291人（うち県外1,811人）</p> <p>■1月20日～21日 日本口腔インプラント学会 688人</p> <p>■2月8日～9日 QCサークル全国大会 576人</p> <p>■3月16日～17日 大分地獄極楽ROCKFESTIVAL2024 17,000人</p> <p>■3月22日～24日 全日本中学生バトミントン選手権大会 517人</p> <p>○コロナ後のインバウンド誘致事業と連携して、海外からのインセンティブツアーの誘致を強化した。</p> <p>■台湾 19ツアー 859人 タイ 8ツアー 483人</p>

<p>②教育旅行誘致の推進 (担当：誘致)</p>	<p>○中学校は、九州、中国、大阪、兵庫といった関西のエリア、高等学校は、関東の地域をターゲットに、学校関係者の招請や教育旅行を取り扱うエージェント担当者へのセールス、また大分への招聘事業等を行い、新たな地域からの誘致を推進する。</p> <p>■九州7県合同”修学旅行説明会・相談会参加 名古屋：8月2日（水）、大阪：8月3日（木） 東京：8月21日（月）、広島：8月28日（月） 併せて大分県単独AGTセールス実施</p> <p>○教育旅行誘致協議会と連携して、スポーツやサークル等の合宿の誘致活動に取り組む。</p> <p>○教育旅行と親和性の高い学習素材を活用して、誘致活動を進める。</p> <p>■ツーリズム商談会エクスカッションにて、 教育旅行コース設定 13名参加</p> <p>■関西の私立学校関係者6名招請し、現地ツアー実施(12月)</p>
-------------------------------	---

(5) 空港利用促進（期成会）事業 (8,958千円)

<p>航空事業者との連携促進 (担当：誘致)</p>	<p>○大分空港就航の航空会社と連携し、各社の持つ特性を活かした効果的な情報発信を実施した。</p> <p>■羽田空港国内線第1ターミナルでPRブース出展（1月） ■機内誌や空港会社のHPへのWEB広告 ■中部国際空港での広告掲載、航空券のあたるキャンペーン</p>
--------------------------------	---

(6) メディア対策事業 (10,000千円)

<p>(担当：誘致)</p>	<p>○広報広聴課及び各県外事務所と連携した情報発信支援、取材支援により、県外メディアでの大分県観光情報の露出と認知度の向上を図った。</p> <p>(年間14本実施)</p> <p>■「月間九州王国」7月号 水をテーマに宇佐平野ほか県内アクティビティ等をPR</p> <p>■「Discover Japan」9月号 佐伯の浦100プロジェクトをテーマにPR</p> <p>■「第41回記念大分国際車いすマラソン」 県内観光情報のCMスポット放送 など</p>
----------------	--

IV 広域観光連携の推進

(1) 東九州軸・九州横断軸連携事業 (4,508千円)

<p>① 東九州軸連携誘客 (担当：誘致)</p>	<p>○宮崎県との連携事業及びNEXCO西日本等と連携した誘客キャンペーンやメディアを活用したプロモーションの展開、旅行商品の造成により大分県への誘客を促進した。</p> <p>■宮崎県ANTA会員15名を招聘し、FAMツアー（1月18日～19日） ■タウン宮崎への広告掲載（3月号）</p>
-------------------------------	--

	<p>○NEXCO西日本との連携事業</p> <p>■お国じまんカードラリー2023（4月28日～1月31日） 県内スポット：昭和ロマン蔵、中津市歴史博物館、杵築城、Recamp別府志高湖、九重“夢”大吊橋、道の駅みえ、臼杵城跡</p> <p>■ドライブパス2023（4月1日～12月31日） 高速道路の期間限定割引パス</p>
② 九州横断軸連携誘客 (担当：誘致)	<p>○九州横断3県（大分・熊本・長崎）と連携し、周遊ルート商品の販売促進を図ることにより、かつて九州観光のゴールデンルートと称された九州横断軸観光の再興を図った。</p> <p>■3県の造成商品を紹介するメディアプロモーション（1月19日）</p> <p>■3県アンテナショップ周遊イベント「お買い物ラリー」（1月～2月）</p> <p>■旅行会社による3県を周遊する旅行商品造成（1月～3月）</p>
(2) 広域観光推進組織連携事業 (2,480千円)	
(担当：誘致)	<p>○九州観光推進機構と連携し、全国主要都市（東京、大阪、福岡等）での商談会開催や誘客プロモーションを実施した。</p> <p>■上期素材相談会（九州7県合同）にて商談会実施 8月22日（火）東京、8月24日（木）大阪、8月29日（火）福岡</p> <p>■下期素材相談会（九州7県合同）にて商談会実施 3月4日（月）東京、3月5日（火）大阪、3月8日（金）福岡</p>

V インバウンド誘致対策事業

令和4年度から取り組んでいる戦略パートナーと連携した中長期的・専門的な視点での戦略構築とその戦略に基づいた情報発信やツアー・旅行商品の造成等をさらに推し進めた。

(1) 各国（地域）別対策 (77,763千円)

① 韓国対策 (担当：誘致)	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行会社・ランド社へのセールス ・現地大手旅行会社、ランド社向けFAMトリップ実施（10月） ・SNSを利用し、個人旅行者への定期的な情報発信 <p>■チェジュ航空初便にあわせ、ソウル旅行会社セールス実施</p> <p>■大分県単独商談会開催 8月30日（水）旅行会社50社参加</p> <p>■インフルエンサー招請（9月19日（火）～22日（金））</p> <p>■現地大手旅行会社向けFAMトリップ実施 (12月3日（日）～6日（水）)</p>
② 台湾対策 (担当：誘致)	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行会社へのセールス ・インフルエンサーを活用した情報発信 <p>■旅行博(KTF)出展（6月2日（金）～5日（月）高雄）</p>

	<p>■JNTO教育旅行セミナー&商談会参加 (6月12日(月)台北、6月13日(火)高雄)</p> <p>■現地大手旅行会社向けFAMトリップ実施 9月12日(火)～15日</p> <p>■旅行博(ITF)出展(11月3日(金)～6日(月)台北)</p> <p>■大分県単独商談会開催 (11月28日(火)高雄43社、11月30日(木)台北84社)</p> <p>■チャーター便運航にあわせ旅行社セールス実施 (2月22日(木)～25日(日)台北)</p> <p>■教育旅行向けFAMトリップ実施(3月12日(火)～15日(金))</p>
<p>③ 香港対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行博などへの出展 ・SNSを利用し、個人旅行者への定期的な情報発信 等 <p>■旅行会社向けオンラインセミナー開催 (6月1日(木)：13社15名参加)</p> <p>■旅行博(ITE)出展(6月15日(木)～18日(日))</p> <p>■現地大手旅行会社向けFAMトリップ実施 4社 (9月3日(日)～7日(木))</p> <p>■インフルエンサー招請(9月19日(火)～23日(土))</p> <p>■BtoC大分県セミナー開催(11月11日(土))約100人</p>
<p>④ 中国対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施した</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行博などへの出展 ・現地旅行会社との商談会 ・現地大手旅行会社向けFAMトリップ ・SNSを利用し、個人旅行者への定期的な情報発信 <p>■ミニプログラム(中国でも閲覧可能なHP)をWesearch内に構築 (R6.3月末公開、R6.4月～運用開始)</p> <p>■上海国際観光博覧会出展(5月29日(月)～6月1日(木))</p> <p>■青島 イベント(ジャパンプランド)出展 (10月28日(土)～29日(日))</p> <p>■現地大手旅行会社向けFAMトリップ実施 (11月13日(月)～17日(金)福岡県と合同開催)5社</p> <p>■上海 旅行会社向けセミナー開催 (12月6日(水)福岡県と合同開催)13社14名参加</p> <p>■BtoC大分県セミナー開催(1月12日(金))36人</p> <p>■上海 イベント(ジャパンプランド)出展 (1月13日(土)～14日(日))</p>
<p>⑤ タイ対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行博などへの出展 ・現地旅行会社との商談会 ・SNSを利用し、個人旅行者への定期的な情報発信 等

	<p>■大分県セミナー開催 (1回目7月11日(火) : 18社20名参加) (2回目1月30日(火) : 20社26名参加)</p> <p>■インフルエンサーを活用した情報発信 (9月20日～22日取材)</p> <p>■旅行博(FITフェア) 出展 (10月6日(金)～8日(日)) ■旅行博(TITF) 出展 (1月25日(木)～28日(日))</p>
<p>⑥ シンガポール・マレーシア対策 (担当：誘致)</p>	<p>○戦略パートナーと連携し、中長期的な戦略の構築を行うとともに、現地情報収集やセールス活動、戦略に基づいた各種事業を実施し、商品造成・誘客に繋げた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現地旅行博などへの出展 ・SNSを利用し、個人旅行者への定期的な情報発信 等 <p>■旅行会社向けランチセミナー開催 (7月6日(木) : 11社18名参加)</p> <p>■旅行会社向けFAMトリップ実施 (9月12日(火)～15日(金) 福岡県と合同開催)</p> <p>■旅行博(JTF) 出展(9月29日(金)～10月1日(日)) ■旅行会社(FollowMe Japan)とタイアッププロモーション実施(9月30日(金))</p>
<p>(2) デジタルマーケティング事業 (88,557千円)</p>	
<p>(担当：観企)</p>	<p>○ホームページ管理運営</p> <p>■専用ページ(英語、フランス語)、日本語ページ傘下運用(中国語、韓国語、タイ語)</p> <p>○Facebook/Instagram、Weibo/Wechatを活用した情報発信を行った。</p> <p>■Facebook/Instagram(月：約11回) ■Weibo(月：約12記事)、Wechat(月：約10本)</p> <p>○県内の留学生に観光素材を取材してもらい、外国人の誘客につながる動画を制作し、YouTubeにアップした。</p> <p>○年間22本の動画作成、YouTubeにアップ</p> <p>■学生向け講義、取材等実施(沸騰大分シーズン4)</p> <p>○県内各地の四季折々の写真素材を収集し、旅行会社への提供や画像提供ページに登録し、自由にダウンロードできるようにした。</p> <p>■18市町村観光スポット：88カ所 ■海外市場に響く提案スポット：25カ所以上</p>
<p>(3) 広域連携・情報発信事業 (20,277千円)</p>	
<p>(担当：誘致)</p>	<p>○外国人観光客の旅程は、複数県を跨ぐものが一般的であり複数県による連携事業が効果的であることから、国の広域連携事業(VJ事業)を活用した各広域観光ルートの形成、九州各県と連携した招請事業、海外メディア招請を通じた情報発信等に取り組んだ。</p> <p>■北部九州4県連携セミナー@上海(8月2日(水)40社56名参加) ■九州観光機構主催合同商談会参加 ・7月 台北、10月 タイ、11月 シンガポール ■JNTO主催VISIT JAPAN トラベルマート出展 10月 大阪</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ■JNTO主催合同商談会参加 11月 韓国 ■チェジュオルレフェスティバル出展（九観構連携） 11月 韓国 ■「ラーチャーゴー！日本」活用台湾・香港向け情報発信（3月）
--	--

VI ツーリズム推進態勢の強化

（１）財政基盤の強化	
（担当：経営） （担当：観企）	<ul style="list-style-type: none"> ○事業実施のための財源を確保するため、プロモーションとあわせてグッズ販売を実施した。 <ul style="list-style-type: none"> ■マツダスタジアム（6月25日（日）） ■ツールド九州（10月9日（月）） ■ツーリズムEXPOジャパン2023（10月26日（木）～29日（日）） ■旅サラダEXPO（11月3日（金）～5日（日）） ■別大マラソンランナーの広場（2月3日（土）） ■九州旅行博覧会～トラベラーズフェス2024～ （2月24日（土）～25日（日）） ○テッパンおおいたによる着地型旅行商品の造成・販売の強化、販売におけるリスクマネジメントや業務の効率性向上、WEB販売システムの充実など、事業効果検証を行いながら環境整備に取り組んだ。 ○広告媒体の提供、セミナーや企画事業への参加の一部有償化など、新たな収入増加を図るための手法を検討した。 ○決算剰余金を特定費用準備資金として積み立て、財政基盤の強化を図り、自主事業実施やプロパー職員増員の実現を図った。 <ul style="list-style-type: none"> ■令和4年度決算から積立開始
（２）会員との連携強化	
（担当：経営） （担当：観企）	<ul style="list-style-type: none"> ○「ツーリズムおおいたNEWS」を発行し、各事業の予定や実施状況、観光動向など迅速かつきめ細かな情報提供を行った。 <ul style="list-style-type: none"> ■4月、7月、10月、1月発行 ○定期的な会員訪問等により会員ニーズを把握するとともに、参加したいと思うセミナー等の開催や会員専用サイトを通じた有益な情報の提供等を行い、会員メリットの創出に努めた。 <ul style="list-style-type: none"> ■TO主催「観光シンポジウム・交流会」開催 7月20日（木） 70名参加 ■観光統計調査、観光動向レポート等を専用サイトに掲載 会員からのお知らせ等も随時掲載 ■地域連携等促進のための県内視察開催 29名参加 ○会員専用ページがより有効に活用されるよう周知を図った
（３）組織の機能強化と連携推進	
（担当：経営） （担当：観企）	<ul style="list-style-type: none"> ○観光立国の実現に向けて、国による投資も選択と集中型に移行する中、大分県観光の競争力を強化するため、組織の機能強化を継続的に推進した。

(担当：誘致)	<p>○多様な業種との連携を強化し効果的・効率的に事業を進めた。</p> <p>○行政機関や民間組織と連携し、コロナ後の旅行者ニーズに即した観光地域づくりに取り組んだ。</p>
---------	--

VII 観光地の災害情報等の発信と感染症対策

(1) 感染症対策	
(担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)	<p>○「おんせん県おおいた宿泊施設感染症対策チェックリスト」等に基づき、引き続き感染症対策を実践し、そのほかの観光施設等もこれに準じた感染症防止策を講じた。</p>
(2) 情報発信・情報提供	
(担当：経営) (担当：観企) (担当：誘致)	<p>○旅行者向けの、感染症や災害等に関する情報、復旧の状況等を正確かつ迅速に発信し、旅行者や事業者に必要な行動を促すとともに風評対策の徹底を図った。外国人等の情報弱者に向けても、県など自治体が発信する情報を活用し迅速に情報提供を行った。</p> <p>■災害やイベント等による交通機関情報（リンク）掲載</p>

VIII 法人の運営

(1) 総会の開催	
(担当：経営)	<p>○会員総意に基づき、ツーリズムおおいたの事業を推進するため、通常総会を6月末に開催し、事業報告や決算案、理事・監事選任を諮るとともに、新年度の事業計画案、収支予算案について報告を行った。また、本県のツーリズム振興に特に功績のあった団体・個人の功績を称え、表彰を行った。</p> <p>■6月28日（水）通常総会開催、功労者表彰や交流会実施</p>
(2) 理事会の開催	
(担当：経営)	<p>○事業を推進するための業務執行の決定、事業計画書や収支予算書の承認、理事の職務の執行の監督などを行った。10月の理事会では講演会「これからの旅行商品造成と展開について」を開催した。</p> <p>■理事会 6月8日（木）、10月24日（火）、3月27日（水）</p> <p>■地域連携等促進のための視察 2月15日（木）理事を含め29名</p>
(3) 運営会議及び事業企画委員会等の開催	
(担当：経営) (担当：観企)	<p>○運営会議において理事会に諮る議案や懸案事項の方針等を検討</p> <p>■6月5日（月）、10月11日（水）、3月14日（木）</p> <p>○事業企画委員会等において、意見交換等により現場の実態を共有し、県施策やT O事業に反映するための議論の機会を設けた。</p> <p>■4月21日（金）、5月24日（水）、8月10日（木）</p> <p>T O発展のための取組、今後の県観光のための取組検討</p> <p>■9月14日（木）県観光局長と「今後の大分県観光のための取組について」意見交換実施</p>

